

Der feminine Faktor

Personalagenturen profitieren von der gestiegenen Nachfrage nach **weiblichen Führungskräften**. Zu ihrem Beratungsangebot zählt auch das Feilschen um Teilzeit und Krippenplatz

Cornelia Galle ist viel rumgekommen. Studium in England und Spanien, danach Jobs in den Niederlanden und in Österreich, Geschäftsreisen in die ganze Welt. So unterschiedlich die kulturellen Kulissen waren – in einem Detail ähnelten sie sich zumeist. „Egal, ob in Brasilien, Deutschland oder Spanien – in der Regel saß ich als Frau allein mit zehn oder mehr Männern in den Meetings herum“, bemerkt Galle trocken.

Wenn die Personalberaterin heute beruflich unterwegs ist, trifft sie vor allem Frauen, hochqualifizierte Frauen mit Führungspotenzial zumeist. Es ist Galles Job, nach ihnen zu suchen. Die 39-Jährige ist Partnerin der Hamburger Personalberatungsagentur Hunting/Her, die – der Name lässt daran keinen Zweifel – sich auf die Rekrutierung weiblicher Führungskräfte spezialisiert hat.

Die Diskussion um Frauenquote und die Feminisierung der Führungsetagen spielen einer Agentur wie Hunting/Her in die Hände. „In diesem Thema ist inzwischen viel Bewegung“, sagt Galle. „Jetzt lässt sich in den Unternehmen einiges zum Vorteil für Frauen verändern.“

Und schon auch zum Vorteil der Unternehmen selbst. Eine Menge Frauen, proklamiert Headhunterin Galle, brächten „Top-Qualifikationen mit und haben in der Regel einen ausgleichenden Führungsstil“.

Chefin gesucht – in der Personalberatungsbranche entwickelt sich das vormalige Nischenthema zunehmend zum Normalfall. Mehr als 40 Prozent der Personalberater bestätigen laut einer Befragung des Bundesverbands Deutscher Unternehmensberater (BDU), dass Unternehmen häufiger als bisher qualifizierte Frauen für Jobs mit Führungsverantwortung suchen.

„Je intensiver die Diskussion um eine Frauenquote in deutschen Unternehmen und Aufsichtsräten, desto mehr steigt bei uns die Nachfrage“, berichtet Hunting/Her-Geschäftsführer und -Gründer Christian Böhnke, der die Jagd nach Frauen seit 2007 als Agenturkonzept betreibt. Eine brancheninterne Marktanalyse hatte den gelehrten Werbekaufmann auf die Idee gebracht. „Für jeden Bereich gab es Beratungsunternehmen. Auffällig war, dass sich quasi niemand explizit um die Vermittlung von ▶

»Für Frauen muss das Gesamtpaket stimmen, das ein Unternehmen anbietet. Das Gehalt ist dabei nur ein Aspekt von vielen«

Cornelia Galle, Partnerin der Agentur Hunting/Her, rät Managerinnen zu mehr Chuzpe bei Verhandlungen

Frauen-Fängerin
Headhunterin Cornelia Galle hat sich auf die Vermittlung von Managerinnen spezialisiert. Sie selbst wuppt Job und vier Kinder

Foto: Andreas Chudowski/FOCUS-Magazin

Frauen gekümmert hat“, erzählt Böhnke, dessen Agentur inzwischen elf Mitarbeiter beschäftigt und der nebenbei als Sachverständiger den Bundestag zum Thema Frauen und Beruf berät.

Cornelia Galle ist seit Mai 2013 als Partnerin mit an Bord. Die studierte Betriebswirtin, die zuvor als Key-Account-Managerin und im Marketing-Research eines Automobilkonzerns arbeitete, pendelt zwischen Barcelona und Deutschland. Ihre Beratung konzentriert sich ausschließlich auf die Vermittlung weiblicher Führungskräfte. Galle pflegt intensiven Kontakt zu den Personalverantwortlichen der Unternehmen. „Da kann ich meine beruflichen Erfahrungen hinsichtlich einer optimalen Basis für weibliche Führungskräfte einbringen“, sagt sie. Als Mutter von vier Kindern weiß die gebürtige Bremerin, wie gut – oder weniger gut – sich Familie und Karriere in Einklang bringen lassen. „Man muss ein straffes Zeitmanagement haben“, sagt Galle, „und eine perfekt organisierte Kinderbetreuung.“ Nicht wenige der Frauen, die sie in Chefposten vermittelt, haben ebenfalls Kinder. Grundsätzlich sei das machbar, meint Galle. „Es setzt aber voraus, dass das Unternehmen auch die entsprechenden Rahmenbedingungen schafft.“

Eine Alibi- oder Vorzeige-Quoten-Frau zieht man mit Cornelia Galle nicht an Land. Fast immer wenn sie mit den Personalverantwortlichen spricht, stehen auch Themen wie Kinderbetreuung oder Teilzeitmodelle mit auf dem Plan. „Das Gesamtpaket muss stimmen“, sagt Galle, und dass das Gehalt nur ein Teil dieses Pakets sei. Viele Unternehmen seien hier noch nicht auf dem optimalen Stand.

Christina Virzì, Geschäftsführerin von The Female Factor, sieht das ähnlich. „Das geht mit dem Angebot für die Kinderbetreuung los und endet damit, dass die meisten Unternehmen männlich geprägt sind“, sagt sie ebenfalls auf weibliche Elite spezialisierte Personalvermittlerin.

Auch The Female Factor, 2012 von dem Headhunter-Alt-Star Heiner Thorborg gegründet, fischt in den höher gelegenen

Business-Teichen nach weiblichem Spitzenpersonal. Viele potenzielle Kandidatinnen ließen sich durch die Tatsache abschrecken, dass Firmenpolitik zumeist noch immer nach männlichen Spielregeln funktioniere, ist Christina Virzì überzeugt. „Frauen, die sich in solch einer Unternehmenskultur erfolgreich behaupten wollen, müssen mehr mitbringen als fachliche Qualifikation“, sagt sie mit dezent-souveränem Lächeln. „Sie sollten sich auf den Wettbewerb mit den männlichen Kollegen freuen und die Regeln dazu beherrschen.“ Von 100 Frauen könnten das maximal zehn.

Fast jede weibliche Führungskraft stelle sich irgendwann die Frage, ob sie sich für die Karriere reißen wolle, weiß Virzì aus Erfahrung. Argumente wie Gehaltsplus oder ein dickerer Dienstwagen zögen dann nicht mehr. Wichtiger seien Arbeitszeitsouveränität oder die Möglichkeit, in Teilzeit zu führen.

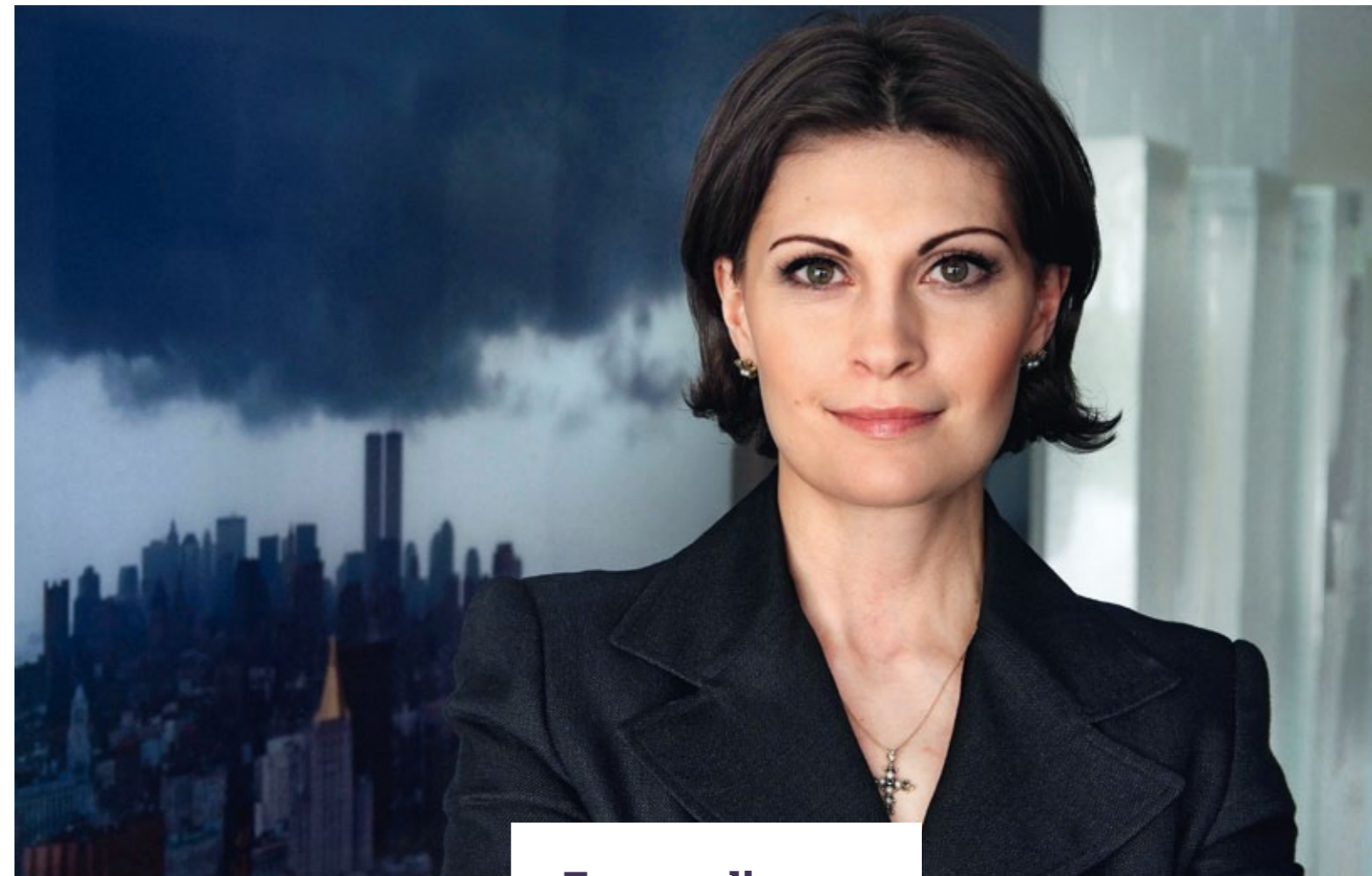
Eine Umfrage des BDU unter Personalberatern zu Karrierebedingungen für weibliche Chefs nennt ähnliche Bedingungen – neben Aspekten wie Notfall-

betreuung in Familiensituationen, der Möglichkeit von Home-Office-Tagen und speziellen Förderprogrammen. An erster Stelle allerdings rangiert die gleiche Bezahlung wie für männliche Kollegen. Noch immer erlebe sie es häufig, sagt Personalvermittlerin Galle, dass männliche Mitarbeiter in derselben Position höhere Einkommen erhielten. „Mit Fairness oder Ausgewogenheit hat das nichts zu tun.“

Die weibliche Loyalität zum Arbeitgeber scheint dennoch mitunter größer als bei den Männern. Immer wieder stößt Headhunterin Galle auf Kandidatinnen, die sich nicht von ihrem Arbeitgeber trennen wollen – selbst dann nicht, wenn die Karriere stagniert. Der Grund: Sie haben bereits einen guten Job und sind respektiert. „Meist haben sie mühsam die Betreuung für ihre Kinder organisiert“, ergänzt Galle, „und wollen diese Situation nicht verändern.“ Unternehmen, die transparente Karrieremodelle und an den Arbeitszeiten orientierte Kinderkrippenplätze anbieten, seien deshalb stets im Vorteil.

Christina Virzì hat einen Riecher für Frauen, die in der eigenen Firma an die gläserne Decke stoßen und am Ende doch wechselwillig sind. In vielen Unternehmen würden weibliche Führungskräfte gezielt gefördert und erfolgreich in der zweiten oder dritten Führungsebene arbeiten, so die Beraterin. „Die Chance jedoch, dass diese Frauen in den Vorstand aufsteigen, geht gegen null.“ Für ihre Mentoren blieben die Aufsteigerinnen immer die Prinzessinnen, „die sie im Auge behalten und in ihren Entscheidungen unterstützen wollen“. Viele Managerinnen stünden deshalb einem Wechsel positiv gegenüber.

Virzìs persönliche Erfolgsquote belegt ihr gutes Gespür: Etwa 80 Prozent der Frauen, die durch die Beraterin mit Unternehmen ins Gespräch kommen, arbeiten anschließend für den entsprechenden Konzern. „Ich beschäftige mich intensiv mit den jeweiligen Parteien, ehe ich einem Unternehmen eine Klientin vorschlage“, erklärt Virzì ihre Strategie. „Ich will niemandem unnötig Zeit rauben.“ Ehe Virzì Kandidatinnen in die Datenbank von The Female Factor aufnimmt, führt sie lange Gespräche mit ihnen: „Meine Kandidatinnen sind schon alle in sehr guten Positionen, verdienen



»Frauen, die sich in männlich geprägten Unternehmenskulturen behaupten wollen, müssen mehr mitbringen als fachliche Qualifikation«

Christina Virzì Geschäftsführerin von The Female Factor, vermittelt Frauen in Top-Positionen und auf Vorstandsposten

mindestens 200.000 Euro und überzeugen mit einer starken Persönlichkeit.“

Dennoch gibt es Anfragen, denen Virzì nur mit großer Skepsis begegnet. So rät sie von einem Wechsel von einer Führungsposition einer Firma in den Vorstand eines anderen Unternehmens ausdrücklich ab: „Manche Unternehmen möchten angesichts der Diskussion um eine Frauenquote schnell sichtbar machen, dass sie reagieren. Die suchen dann meist eine Frau für einen Vorstandsposten.“

Aus ihrem Berufsalltag weiß Virzì, dass diese Strategie für die erwählte Managerin „eine ganz gefährliche Kiste“ ist: „Sie muss schnell begreifen, wie das Unternehmen tickt, und kann dabei auf keine Vertrauten setzen, da sie ja kein Netzwerk hat.“ Oft genug scheide die betreffende Frau nach zwei oder drei Jahren wieder aus dem Gremium aus.

„Wir empfehlen den Beteiligten daher immer, Frauen, die das Zeug für einen Vorstandsposten haben, zunächst für Positionen ein oder zwei Ebenen unter dem Vorstand einzustellen“, sagt Virzì. Dort können sie sich beweisen und zugleich

schwer, sich gut zu verkaufen. „Sie sind oft zu bescheiden und fordern zu wenig.“

Hunting/Her-Gründer Böhnke führte jüngst ein Telefonat mit einer Anwärterin auf einen hochrangigen Führungspositionen. „Als es um die Gehaltsvorstellung ging, äußerte sie erst einen klaren Wunsch, schwächte diesen dann ab und hatte am Ende ihr Gehalt um ein Drittel kleiner geredet“, erinnert sich der Personalberater.

Zum Beratungsauftrag von Hunting/Her zählt darum auch, die weiblichen Kandidaten bei der Formulierung konkreter Wünsche und Konditionen zu unterstützen. „Was man nicht verlangt, kann man nicht bekommen“, erklärt Galle lapidar.

Bei Hunting/Her indes seien die Karrierebedingungen klar geregelt, betont deren Chef Christian Böhnke. Mitunter wird er gefragt, warum ausgerechnet er als Mann eine Agentur für Frauensuche leite. Böhnke grinst, er liebt diese Pointe. „Dann antworte ich immer, dass wir ein emanzipiertes Unternehmen sind.“ ■

ins Unternehmen hineinwachsen. „Auf einen Vorstandsposten kann die Unternehmensleitung sie dann berufen, wenn sie sich etabliert hat.“

Auf dem Weg nach oben stehen sich Frauen oft selbst im Weg, hat Beraterin Galle beobachtet. Selbst bestens ausgebildeten Managerinnen falle es häufig

Quoten-Mann
Die Diskussion um die Frauenquote ist die Geschäftsgrundlage von Christian Böhnkes Agentur Hunting/Her

